

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR PERNYATAAN	ii
KATA PENGANTAR	iii
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
BAB I LATAR BELAKANG	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Permasalahan	3
1.2.1 Identifikasi Masalah	3
1.2.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Ruang Lingkup.....	4
1.4 Tujuan Penelitian	4
1.5 Metode Pengumpulan Data	4
1.6 Metode Analisis Data	6
1.7 Kerangka Penelitian	7
1.8 Pembabakan	8
BAB II LANDASAN TEORI	9
2.1 Pemasaran	9
2.1.1 Strategi Pemasaran	9
2.1.2 Bauran Pemasaran	10
2.2 Komunikasi Pemasaran	11

2.2.1	Tujuan Komunikasi	11
2.2.2	Promosi	12
2.2.3	Bauran Promosi.....	12
2.3	Media Promosi	13
2.3.1	Media Sosial.....	13
2.3.2	Strategi Media (AISAS).....	14
2.4	Desain Komunikasi Visual.....	15
2.4.1	Prinsip Desain	15
2.4.2	Warna	17
2.4.3	Tipografi.....	18
2.4.4	Tata Letak/ <i>Layout</i>	20
2.5	Kerangka Teori	25
2.6	Asumsi	25
BAB III DATA DAN ANALISIS DATA.....		26
3.1	Data Pemberi Objek	26
3.1.1	Selaksa Makna	26
3.1.2	Profil Perusahaan	27
3.1.3	Struktur Organisasi	28
3.1.4	Data Produk.....	29
3.1.5	Data Khalayak Sasaran	32
3.2	Data Wawancara, Observasi, dan Kuesioner	33
3.2.1	Data Hasil Wawancara.....	33
3.2.2	Data Hasil Observasi.....	37
3.2.3	Data Hasil Kuesioner	39
3.3	Data Pesaing.....	46
3.2	Analisis Data	50
3.2.1	Analisis SWOT	50
3.2.2	Analisis Matriks Perbandingan Data Observasi.....	51
3.2.3	Analisis Data Wawancara	54
3.2.4	Analisis Data Kuesioner.....	55

3.2.5	Kesimpulan Hasil Analisis	55
BAB IV KONSEP PERANCANGAN		58
4.1	Konsep Pesan	58
4.1.1	Tujuan Komunikasi	58
4.1.2	Strategi Komunikasi	59
4.2	Konsep Kreatif	59
4.3	Konsep Visual	63
4.3.1	Konsep Ilustrasi	63
4.3.2	Konsep Warna	64
4.3.3	Konsep Tipografi	65
4.3.4	Konsep Tata Letak/ <i>Layout</i>	66
4.4	Konsep Media	66
4.5	Anggaran Biaya	69
4.6	Hasil Perancangan	71
BAB V KESIMPULAN		81
5.1	Kesimpulan	81
5.2	Saran	82
DAFTAR PUSTAKA		83
LAMPIRAN		85